

Did you know ?



David Höfli
Senior Media Planner
mediatonic sa

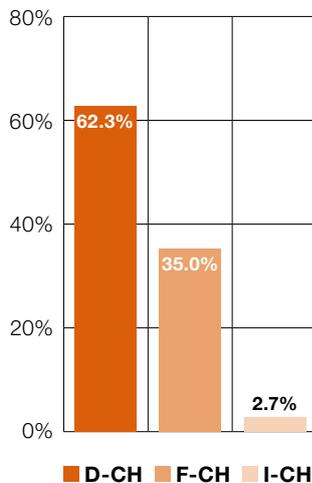
Dans notre rubrique «Did you know», nous cherchons à souligner des divergences de comportement, tous domaines confondus, selon les régions linguistiques. Relevons ici que mediatonic fait partie des grandes agences médias en Suisse et qu'elle est la seule à avoir son siège en Suisse romande. Dans cette édition, nous cherchons à relever les différences touchant à la fréquence de consommation des jeux de hasard. Dans ce domaine, les Romands ont clairement une «longueur d'avance» sur les Suisses allemands et les Tessinois. Et ce – à des degrés divers – quelle que soit la discipline. C'est

dans le segment des personnes qui tentent régulièrement leur chance dans les casinos que cette tendance est la plus marquée: environ 41% des 164'000 personnes concernées sont originaires de Suisse francophone. Même dans le cas du loto, qui est beaucoup plus répandu, leur part atteint presque 29%. Le «podium romand des jeux de hasard» est complété par la grande passion de cette partie du pays pour les jeux à gratter. 424'000 Romands achètent régulièrement des tickets à gratter, soit 35% des amateurs de ce type de jeux de hasard.

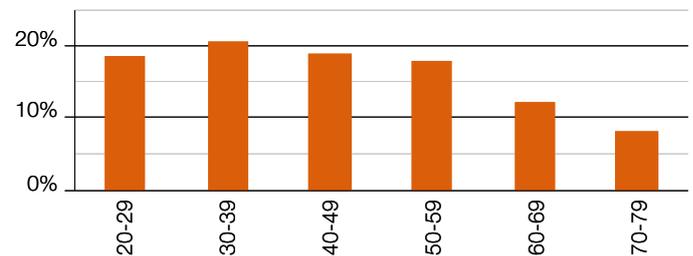
PROFIL «JEU DE HASARD»

Groupe cible Fréquence de jeu aux jeux à gratter: souvent ou de temps en temps.
20% de la population suisse entre 18 et 79 ans, 1'212'000 personnes.
35% des personnes qui jouent régulièrement à des jeux à gratter sont Romands.

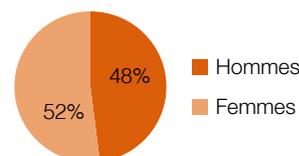
Structure



Âge



Genre



Source : Mach Consumer 2018